


<p>Artykuł ekspercki:</p> <p>Milenialsi na rynku nieruchomości</p>	<p>Data:</p> <p>10.03.2021</p>	<p>Quelle Locum</p> 
---	---------------------------------------	--

Milenialsi na rynku nieruchomości

Młodzi dorośli, zwani też pokoleniem milenialsów mają inne oczekiwania co do miejsca zamieszkania niż starsze pokolenia. Wielu nadal mieszka z rodzicami, sporą grupę stanowią wynajmujący, ale są też tacy, którzy kupują mieszkania na własność. Jakich lokali szukają? Na co zwracają uwagę?

Milenialsi, zwani pokoleniem Y, to osoby urodzone w latach 1984-1997 lub w szerszym kontekście 1980-2000. Jest to pierwsze pokolenie wychowane w erze cyfrowej, z łatwością posługujące się nowinkami technologicznymi, dla których internet stanowi podstawowe źródło informacji. Osoby te dorastały w zglobalizowanym świecie, w czasach, gdy swobodnie można było już przekraczać granice i zwiedzać różnorodne miejsca. Uznawani są za ambitnych, otwartych na nowe wyzwania i pewnych siebie. Z badania przeprowadzonego przez GMS wynika, że aż 47,2 proc. przedstawicieli pokolenia Y posiada wyższe



wykształcenie, językami obcymi posługuje się biegle 54,2 proc. Osoby te łatwiej niż przedstawiciele wcześniejszej generacji dostosowują się do zaistniałych zmian, są wielozadaniowi, mobilni, inwestują w siebie, jednak cechuje ich niechęć do podejmowania długofalowych zobowiązań i większa nieufność. Wszystkie te elementy znajdują odzwierciedlenie również w ich mieszkaniowych wyborach. Pokolenie Y, stanowiące około 11 mln osób, to najliczniejsza grupa wkraczająca na rynek nieruchomości. Jakich mieszkań szukają?

Nadal mieszkają z rodzicami

Z danych Eurostatu wynika, że w naszym kraju aż 43,9 proc. osób w wieku 25-34 lata nadal mieszka w domu rodzinnym. Dla porównania w Skandynawii taka sytuacja praktycznie nie ma miejsca. W Danii z rodzicami mieszka zaledwie 4 proc. młodych dorosłych, w Finlandii 4,8 proc., Norwegii 5,5 proc. i Szwecji 6,4 proc. Szybko na "swoje" przeprowadzają się również Francuzi, Brytyjczycy, Niemcy oraz Szwajcarzy. Polakom bliżej pod tym względem do takich narodów jak Włosi (49,2 proc. milenialsów mieszka z rodzicami) czy Hiszpanie (43,8 proc. mieszka z rodzicami). Karolina Opach, kierownik działu sprzedaży w spółce Quelle Locum powodów takiego stanu rzeczy upatruje głównie w problemach ekonomicznych.

- Skala problemu mieszkania osób z pokolenia milenialsów z rodzicami jest w naszym kraju bardzo duża. Powodów takiego stanu rzeczy jest całe spektrum, najważniejszym jest jednak brak samodzielności finansowej, a tym samym brak funduszy niezbędnych do opłacenia wymaganego wkładu własnego podczas zakupu mieszkania na kredyt. Innym powodem jest nieopłacalny, w przeciwieństwie do Skandynawii, rynek najmu i



brak programów wspierających młodych podczas zakupu pierwszego mieszkania - mówi Karolina Opach.

Szukają w centrum i blisko zieleni

Wielu młodych dorosłych nadal mieszka z rodzicami, jednak, jak wskazują deweloperzy, pozostała część tego pokolenia stanowi bardzo wysoki odsetek klientów biur sprzedaży. Są to osoby, które wyjątkowo cenią sobie mieszkanie w atrakcyjnej lokalizacji. Ważna jest dla nich odległość od miejsca pracy, bliskość restauracji, barów czy punktów usługowych, dlatego najczęściej wybierają mieszkanie w centrum miasta lub jego sąsiedztwie. Małżeństwa z małymi dziećmi zwracają uwagę na bliskość szkół, przedszkoli czy udogodnień na osiedlach. Pokolenie Y dba o środowisko, dlatego wysoko ceni rozwiązania ekologiczne oraz bliskość terenów zielonych.

- Milenialsi to najczęściej osoby, które są na początku swojej drogi zawodowej, z tego względu poszukują mniejszych, ale kompaktowych mieszkań w dobrej cenie. W przypadku młodych małżeństw powodzeniem cieszą się lokale 2-pokojowe do 50 mkw. z ogródkiem lub tarasem, kawalerki częściej wybierają single, choć i tutaj coraz częściej zdarzają się zakupy większych metraży. Młode pokolenie jest bardzo elastyczne i pragmatyczne - w przeciwieństwie do rodziców nie kupują mieszkania na całe życie, dlatego wybierają lokal, który będzie można w przyszłości sprzedać z zyskiem - mówi kierownik działu sprzedaży w spółce Quelle Locum. - Tym, co rzuca się w oczy w przypadku młodszych klientów, jest wnikliwa analiza, porównywanie różnorodnych ofert, a przede wszystkim poszukiwanie mieszkania dopasowanego do ich potrzeb i stylu życia - milenialsi to bardzo wymagający klienci - dodaje.



Zwracają uwagę na opinie

Milenialsi są pokoleniem wyjątkowo nieufnym i wyczulonym na wszelkie nieszczerze intencje, dlatego bardzo cenią sobie rekomendacje i opinie, które pomagają im w podjęciu decyzji zakupowej, zwłaszcza gdy mowa o tak kosztownym produkcie jak mieszkanie. Igriegi to generacja, która funkcjonuje w sieci, dlatego to właśnie tutaj poszukują komentarzy konsumentów na temat deweloperów, a także informacji o działalności firmy.

- Media społecznościowe, a zwłaszcza Facebook to naturalne środowisko dla dzisiejszych 20-30 latków, na swoich profilach chwalą się sukcesami, ale też wyrażają swoje niezadowolenie i niechęć wobec marek - to ważna informacja dla deweloperów, którzy powinni położyć szczególny nacisk na aktywną obecność w tych kanałach komunikacji. Pamiętajmy, że negatywna opinia może zniechęcić użytkownika do dalszego zapoznania się z ofertą, dlatego niezmiernie istotne jest dbanie o dobry wizerunek i to zarówno w internecie, jak i w mediach tradycyjnych. Ważną rolę w całym procesie odgrywają również sprzedawcy, którzy powinni w jak najlepszy sposób pomagać potencjalnym klientom w doborze adekwatnej do potrzeb nieruchomości, wzmacniając obraz profesjonalnego doradcy - mówi Anna Gumowska, CEO w Prime Time PR. - W komunikacji z milenialsami warto zwrócić uwagę również na to, że pokolenie to często ponad inne aspekty ceni wyższe wartości np. to, czy deweloper działa aktywnie na rzecz ochrony środowiska bądź czy bierze udział w akcjach charytatywnych - jeśli to robi, powinien informować o tym na swoim facebookowym profilu i stronie internetowej, tylko w ten sposób zdobędzie zaufanie pokolenia Y - dodaje.





Prime Time PR
Halszki 28, 30-611 Kraków
12 313 00 87

Więcej informacji:

Aleksandra Maśnica

e-mail: aleksandra.masnica@primetimepr.pl

tel. 12 313 00 87

